



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№4



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 225 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 7-aprelda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoiraz Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Viktorovna, Candidate of Economic Sciences (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Цифровизация социально-трудовых отношений: вызовы и перспективы для работников	18
Абдумухтаров Анваржон Акрамжонович	
O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan soliq to'lovchi yuridik shaxslarning iqtisodiy faoliyatini rag'batlantirish masalalari.....	26
To'xtaboyev Nuriddin Isomiddin o'g'li	
Ecotourism in Protected Areas: A Literature Review.....	32
Ismoilova Maftuna Mamat qizi	
Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida xizmatlar sohasini rivojlantirishning hududiy xususiyatlari.....	38
Primova Shaxlo Jumayevna	
Statistik baholash va ekonometrik modellashtirish orqali biznes rivojlanish tendensiyalarini samaradorligini baholash.....	43
Xabibullayev Ibrohim, Saidova Marhabo Xabibullo qizi	
Tijorat banklarida xususiy kapital hisobi va auditini takomillashtirish	52
Qodirova Zilola Maxmud qizi	
Qo'shilgan qiymat solig'i ma'muriyatchiligining ilg'or xorij tajribasi.....	57
Erkayev Nodir Xudayberdiyevich	
O'zbekistonda yashil iqtisodiyotni joriy etish holati va asosiy yo'nalishlari.....	71
Madraximova Zulfiya Nurmatovna, Ishankulova Komila Kurbanovna, Ortiqboeva Aziza Xolmurza qizi, Omonkulova Ro'zigul Akmaljon qizi	
Challenges and opportunities in implementing green economy indicators in uzbekistan's industrial sector under the fourth industrial revolution.....	76
Shodmonov Ruslan Golib ugli, Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich	
Rivojlangan mamlakatlarga ishchi kuchi oqimi va O'zbekiston mehnat bozoridagi o'zgarishlar.....	89
Tilabova Kumush Farhod qizi	
Mamlakatda "yashil" iqtisodiyotni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish	95
Yuldashboyev Azizulloh Bunyodbek o'g'li, Matkarimov Inomjon Baxtiyorovich	
"Ta'lim muassasalarida moliyaviy resurslarni samarali rejalashtirish va boshqarish"	101
Bauyetdinov M.J., Medetbayeva D.T.	
Enhancing utilization and minimization of renewable energy systems in uzbekistan	105
Toyirova Hamida Umedovna	
Tijorat banklari daromadini oshirishda aholining savodxonligi va xulq atvorining roli	114
Shakhlo Davirova	
2020–2024-yillarda o'zbekistondagi iqtisodiy o'sish dinamikasi	120
Akbarov Nodir, Ibodullayev Navro'zbek	
O'zbekistonda xalqaro moliyaviy institutlarning yashil moliyalashtirish jarayonidagi roli va strategik yo'nalishlari	125
Gulmira Axmadjonova Xabibulla qizi	
Sug'urta tizimiga raqamli texnologiyalarning ta'siri	133
Uzaqova Kamola Bexzodovna, Yahyoyev Bahriddinxon Bahroil o'g'li	
Improving payment services practices in commercial banks: strategies for efficiency and security.....	138
Mamayusuf Abdusamatov	
Jahon moliya tizimi: asosiy tendensiyalar va rivojlanishning innovasion yo'nalishlari	143
Ataniyazov Jasurbek Xamidovich	
Повышение конкурентоспособности экологического туризма Узбекистана путём развития всесезонных горных туристических центров.....	150
Ахмедходжаев Равшан Темурович	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar tashqi iqtisodiy faoliyatida valyuta operatsiyalarini takomillashtirish	157
Safarov Alisher Ibrohim o'g'li	



Oliy ta'lim tizimini miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari asosida baholashning kompleks metodologiyasi.....	163
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi	
Ko'chmas mulkni boshqarish samaradorligini baholashning uslubiy yondashuvlari	167
Mirdjalilova Dildora Shuxratovna	
Xizmatlar sohasini rivojlantirishda kichik biznesning ahamiyati va uning innovatsion rivojlantirishdagi muhim xususiyatlari	173
Ulmasova Oygul Baxtiyorovna	
Результаты долгосрочного прогнозирования и стратегического анализа эффективной организации современного управления жилищным фондом.....	178
Бердиева Дилфуза Ахатовна	
Improving long-term assets accounting and auditing	184
Gulboy Yusupov	
Davlat budjeti va xususiy sektor ishtirokida oliy ta'limni moliyalashtirishning optimal modeli.....	189
Bozorov Alisher Ro'zimurodovich	
Xufyona iqtisodiyotni qisqartirishda soliq islohotlari va raqamli texnologiyalar: O'zbekiston tajribasi va xalqaro yondashuvlar.....	193
Choriev Makhmayokub, Karimov Mamurbek, Xamrayev Olimjon, Urazov Mansur	
Bank aksiyalarining bozordagi narx dinamikasi va unga ta'sir etuvchi omillar	200
Nomozov Samandar Shuxrat o'g'li	
Sanoatda rivojlanish kafolati: moliyaviy boshqaruvni raqamli transformatsiya orqali avtomatlashtirish.....	206
To'qliyev Abdirauf Bahodir o'g'li	
Inson kapitalini rivojlantirishning jamiyat farovonligi, aholi daromadlariga ta'siri.....	214
Bozorova Saxobat Abdujapparovna	
Анализ конкурентной среды: методология, примеры и этапы процесса.....	219
Садикова Раъно Абдуллаевна	



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ: МЕТОДОЛОГИЯ, ПРИМЕРЫ И ЭТАПЫ ПРОЦЕССА

Садикова Раъно Абдуллаевна

доцент кафедры экономики и туризма

ORIENTAL UNIVERSITY, PhD

Аннотация: В данной статье предложен алгоритм проведения анализа конкурентной среды и оценки структуры рынка для качественного формирования стратегии поведения малых предприятий. Обоснован механизм построения конкурентной карты рынка и выявления типовых стратегических положений субъектов малого бизнеса на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентная среда, конкурентная карта, инновация, локальный рынок, конкурентная позиция, аутсайдер.

Annotatsiya: Ushbu maqolada kichik korxonalar faoliyati strategiyasini sifatli shakllantirish uchun raqobat muhitini tahlil qilish va bozor tarkibini baholash algoritmi taklif qilindi.

Kalit so'zlar: raqobatbardoshlik, raqobat muhiti, raqobat xaritasi, innovatsiya, mahalliy bozor, raqobat pozitsiyasi, autsayder.

Abstract: This article proposes an algorithm for analyzing the competitive environment and assessing the structure of the market for the qualitative formation of a strategy for the behavior of small enterprises. The mechanism of constructing a competitive market map and identifying typical strategic provisions of small business entities in the market is substantiated.

Key words: competitiveness, competitive environment, competitive map, innovation, local market, competitive position, outsider.

ВВЕДЕНИЕ

Для формирования конкурентной среды в нашей экономике одним из инструментов является объективная оценка современного состояния конкурентной среды по определенным индексам и коэффициентам. Все исследователи считают, что конкуренция (вернее, ее уровень) так или иначе воздействует на инновационный процесс, выступает одним из ключевых стимулов для бизнеса к созданию новшеств, разнообразных усовершенствований с целью получить дополнительные доходы, сохранить имеющиеся преимущества, найти и реализовать новые возможности [1].

Как отметил Президент страны Ш. Мирзиёев: «Для того чтобы обеспечить нашему народу достойный уровень жизни, прежде всего необходимо построить мощную экономику и повысить конкурентоспособность страны на международной арене» [2]. Формы развития конкуренции и ее интенсивность зависят от типа локального рынка, степени его насыщенности, количества и направленности действий конкурирующих фирм.

При оценке конкурентной среды в малом бизнесе следует учитывать, на наш взгляд, некоторые принципиальные отличительные особенности:

- наиболее сильное влияние потребителя;
- в качестве потребителя в основном выступают физические лица;
- быстрые сроки реализации произведенной продукции;
- размещение производства в местах потребления продукции.

Мы считаем целесообразным учитывать эти особенности при разработке модели управления конкурентной средой. Поэтому мы предлагаем произвести комплексную оценку конкурентной среды локального рынка. Однако, на развитие малого бизнеса оказывает влияние еще и ряд специфических факторов, таких как: социально-демографические, природно-климатические, ресурсные, размещение производительных сил, а также географические границы локального рынка, которые, по нашему мнению, целесообразно при оценке конкурентной среды анализировать в комплексе с межотраслевыми факторами [1].



ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Методы конкурентного анализа. Существует несколько методов для проведения анализа, рассмотрим один из них подробнее.

Метод PEST рассматривает внешнюю среду, которая влияет на бизнес, включая такие рыночные аспекты, как политические факторы, которые определяются деятельностью правительств и властей, влияющих на нормативную базу, законы и регуляции, формирующие условия работы компаний. Экономические факторы отражают состояние рынка, распределение ресурсов, уровень инфляции и спроса, которые в совокупности определяют темпы роста бизнеса и его финансовую стабильность. Социальные факторы включают предпочтения и ожидания потребителей, связанные с образом жизни, уровнем благосостояния, социальными взаимодействиями, влиянием религиозных и культурных традиций, а также влиянием средств массовой информации на поведение покупателей. Технологические факторы охватывают анализ современных технологий и тенденций, которые помогают прогнозировать появление инновационных продуктов, освоение новых рыночных ниш и повышение конкурентоспособности бизнеса в условиях быстро меняющейся среды.

Изменения в этих сферах повлияют на бизнес, поэтому их следует изучать и учитывать при планировании развития. Такой подход позволяет охватить максимально широкую территорию мира, но требует больших затрат, в основном на экспертов. Чтобы избежать излишне субъективных оценок, количество экспертов, участвующих в анализе, всегда должно быть не менее одного. PEST-анализ рекомендуется проводить на регулярной основе, поскольку вышеперечисленные аспекты постоянно меняются. В противном случае стратегии могут быть основаны на фактах, которые уже не актуальны.

Географические границы локального рынка можно определить, изучив товары или товарные группы, основываясь на принципах сопоставимости потребительских свойств, возможностей взаимозаменяемости товаров по производству и потреблению, предполагаемой конкуренции товаров между собой, а также мнению потребителей о равнозначности потребительских свойств товаров, условиях их эксплуатации, уровне доступности, ценах.

Отбор товаров, включаемых в определенную товарную группу, осуществляется по критерию взаимозаменяемости товара по двум позициям: взаимозаменяемость по потреблению (спросу) и взаимозаменяемость по производству. В теории взаимозаменяемости товаров используют понятие «гипотетического монополиста»: если гипотетический монополист не мог повысить цены на товар X выше предполагаемого конкурентного уровня из-за того, что потребители переключатся на потребление конкурирующего товара Y, то товары Y и X входят в продуктовые границы одного товарного рынка.

Главным критерием взаимозаменяемости по потреблению является перекрестная эластичность спроса. Этот показатель означает процентное изменение объема реализации данной продукции, которое происходит в результате процентного изменения в цене другой (аналогичной) продукции. Концепция перекрестной эластичности спроса применяется при классификации товаров на взаимозаменяемые и дополняющие, а также в вопросах определения рынка для классификации групп товаров, реально или потенциально конкурирующих друг с другом [1].

В условиях несбалансированности спроса и предложения на рынке расчеты коэффициентов перекрестной эластичности нередко приводят к искаженным результатам. На практике взаимозаменяемость товаров определяется при помощи экспертных оценок, интервью покупателей и специалистами в области маркетинга.

Еще одним критерием взаимозаменяемости товаров является функциональная взаимозаменяемость различной продукции, устанавливаемая путем сопоставления цели потребления данного товара и его предполагаемых заменителей. Сходство потребительских свойств товара и его заменителей, которое устанавливается в результате сопоставления физических, технических, эксплуатационных, ценовых характеристик товара и его предполагаемых заменителей можно также использовать как критерий взаимозаменяемости товаров.

В условиях дефицитности локального рынка степень взаимозаменяемости товаров значительно увеличивается, но только до границы, определяемой функциональным назначением товара.

При определении взаимозаменяемости товаров с точки зрения их производства необходимо выявить свободные производственные мощности, которые могут быть использованы для производства одного из товаров, входящих в данную товарную группу, и определить технологические возможности переключения производственных мощностей на выпуск определенного товара с производства других видов.

Важную роль в определении географических границ локального рынка играет способность потребителей участвовать в товарообороте с учетом экономических, технологических и административных барьеров. При этом необходимо учитывать такие условия, как доступность транспорта, низкие транспортные затраты, сохранение качества товаров при доставке, отсутствие административных ограничений на ввоз-вывоз продукции и сопоставимый уровень цен на определенные товарные группы в рамках исследуемого региона.



При этом, географические границы рынка могут быть непостоянными, так как на их расширение или сужение оказывает воздействие величина издержек, затрачиваемых покупателями на приобретение товара. Развитие рыночных отношений, товарообмена между различными регионами увеличивает возможности покупателей, соответственно, могут и расширяться и географические границы локальных рынков.

Для достоверного определения и анализа состава продавцов и покупателей необходимо выявить всех продавцов, функционирующих на данном локальном товарном рынке. Следует также определить группы покупателей, приобретающих товар у конкретного продавца. Состав выделенной группы покупателей можно определить по следующему критерию: возможность каждого из покупателей выделенной группы приобрести товар у любого из продавцов, реализующих свою продукцию на конкретном локальном товарном рынке.

При оценке интенсивности конкуренции на конкретном локальном рынке, по нашему мнению, следует опираться на информацию о доле рынка производителей с учетом данных о поставщиках, а также с учетом корректировки эмпирических данных. При этом, мы полагаем, данные об объемах производства в разрезе отдельных предприятий для расчета коэффициентов относительной концентрации, показателей энтропии не могут быть в полной мере применимы для оценки концентрации локального рынка.

При расчете этих коэффициентов целесообразно брать за основу информацию не только об объемах выпуска продукции, но и о величине поставок и реализации товара на соответствующих локальных рынках. Однако статистическими учреждениями такая информация не отслеживается и не может отслеживаться из-за несовершенства системы статистической отчетности. В процессе исследования нам приходилось иметь дело с данными об объемах продаж, учитываемых в общем виде и стоимостном выражении, данными о ввозе и вывозе, которые также приводятся по видам товаров и в денежном выражении, но никак не по производителям.

Поэтому мы предлагаем отслеживать долю хозяйствующего субъекта эмпирическим путем, по итогам наблюдений (анкетирования), т.е. на основе первичной информации. В качестве основы для определения доли предприятия, по нашему мнению, следует брать число встреч продукции разных производителей, включая и иностранных, на конкретном локальном рынке.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данной ситуации долю конкретного малого предприятия мы предлагаем определять по формуле:

$$C = \frac{N}{R} \times 100$$

Где N– число предприятий розничной торговли, где была обнаружена продукция в разрезе производителей, шт. R– общее число встреч продукции, шт.

Полная оценка интенсивности конкуренции на конкретном локальном рынке возможна только после проведения тщательной поэтапной диагностики конкурентной среды.

Для диагностики конкурентной среды необходимо на первом этапе составить перечень фирм (конкурентный лист), действующих на локальном рынке и образующих его конкурентную среду. Далее следует осуществить сбор исходной информации за анализируемый и базисный периоды и привести стоимостные и финансовые показатели к сопоставимому виду.

На втором этапе мы полагаем целесообразным при помощи экспертного метода определить тип выбранного рынка, а именно рынок продавца, то есть рынок, на котором продавцы имеют больше власти и где наиболее активными «деятелями рынка» приходится быть покупателям или рынок покупателя, то есть рынок, на котором покупатели имеют больше власти и где наиболее активными «деятелями рынка» приходится быть продавцам.

Третий этап заключается в расчете характеристик, отражающих состояние рынка. Мы предлагаем рассчитывать следующие характеристики:

объем рынка, который определяется совокупными ресурсами всех фирм, имеющих на анализируемом рынке;

темп роста рынка, который характеризует годовой темп роста рассматриваемого рынка в сопоставимых ценах;

При этом мы полагаем, что темп роста рынка (T_m) можно рассчитать по объемам рынка на конец анализируемого и базисного периодов (V'_m и V_m) и

$$T_m = \frac{V'_m - V_m}{V_m} \cdot \frac{12}{t} + 1$$

длительности периода (t):

Следует отметить, что темп роста, его максимальная и минимальная границы лежат в пределах 140 и 70% в год. Поэтому, если $T_m > 1.4$, то рынок находится в состоянии ускоренного роста, при изменении



Тм от 1.4 до 0.7 рынок проходит состояние позиционного роста, стагнации и сворачивания, если Тм < 0.7, то ожидается кризис рынка.

Рентабельность рынка, которая определяется как отношение совокупной прибыли к ее совокупному потенциалу.

Оценку рентабельности рынка (Rm) можно произвести на основании

$$Rm = \frac{P_r}{V'_m} \cdot \frac{12}{t}$$

ретроспективных отчетных данных о прибылях, которые имели или имеют конкуренты на данном рынке. При этом можно оценить активы и прибыль фирм конкурентов. В этом случае рентабельность может быть определена:

где

P_r - прибыль, полученная конкурентами в рассматриваемом периоде;

V'_m - активы конкурентов на конце анализируемого периода;

t - длительность анализируемого периода, месяцев.

На четвертом этапе следует произвести оценку степени монополизации рынка. Оценка степени монополизации рынка может осуществляться с учетом того, что степень монополизации рынка обратно пропорциональна

$$ИХХ = \sum_{i=1}^n x_i^2$$

интенсивности конкуренции. Также можно рассчитать индекс Харфиндала-Хиршмана

где x_i - доля i -ой фирмы на рынке, в %;

n - общее число фирм на рынке

(ИХХ). Индекс представляет собой сумму квадратов удельный весов всех действующих на локальном рынке субъектов. Значение его могут изменяться от 0 (при полной деконцентрации производства) до 10000 (в случае абсолютной монополизации).

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Нам представляется целесообразным рассмотреть соотношение ИХХ и долей фиксированного числа фирм при их неограниченном произвольном числе (таблица 1.)

Таблица 1. Соотношение ИХХ и долей фиксированного числа фирм на рынке.

Значение ИХХ	Минимально возможное число фирм на рынке	Максимально допустимая доля крупнейших фирм, %			
		одной	двух	Трех	Четырех
500	20	22	31	39	44
1000	10	31	44	54	63
1800	6	42	60	72	85
3000	4	54	75	95	100
5000	2	70	100	100	100

Ист.: Рубин Ю.Б. Теория и практика конкуренции. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2004 [3].

Как видно из таблицы, немонополизированный локальный рынок (ИХХ до 1000) предполагает наличие не менее 10 конкурирующих фирм, причем доля крупнейшей из них не должна превышать 31%, двух крупнейших – 44%, трех – 54% и четырех 63%.

На пятом этапе можно приступить к расчету обобщенных характеристик интенсивности конкуренции. При этом интенсивность конкуренции по динамике рынка характеризует возможности роста фирмы без столкновения с интересами конкурентов. Интенсивность конкуренции по рентабельности рынка характеризует соотношение спроса и предложения на локальном рынке, в частности, чем выше рентабельность рынка, тем больше спрос превышает предложение и влияние конкурентов слабее. Интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей характеризует силу влияния со стороны конкурентов, располагающих равной рыночной долей и вероятно аналогичной стратегией. Обобщенный



показатель интенсивности конкуренции характеризует общую меру привлекательности анализируемого рынка.

По темпу роста рынка рассчитываются показатели интенсивности конкуренции (U_t). Можно принимать, что если $T_m > 1.4$, то $U_t = 0$; при $0.7 < T_m < 1.4$, $U_t = (1.4 - T_m) / 0.7$; если $T_m = 0.7$, то $U_t = 1$. Показатель интенсивности конкуренции в данном случае характеризует остроту конкуренции, так при $U_t = 1$ конкуренция максимальна.

На шестом, завершающем, этапе мы предлагаем приступить к построению конкурентной карты рынка и выявлению типовых стратегических положений фирм на рынке. Конкурентная карта рынка включает в себя классификацию конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке и распределение рыночных долей конкурентов, позволяющее по результатам анализа рыночной позиции конкурентов на конкретных товарных рынках определить место (лидер, аутсайдер) конкурента или собственной фирмы на локальном рынке.

Для формирования конкурентной карты определяются рыночные доли фирм и темпы их изменения и заполняется следующая матрица (таблица 2)

Таблица 2. Конкурентная карта рыночных долей фирм.

По доле рынка По темпу прироста рыноч- ной доли	Классификационные группы (по состоянию на начало периода)			
	I. Лидер	II. Сильная конкурентная позиция	III. Слабая конкурентная позиция	IV. Аутсайдер
I. Быстрое улучшение конкурентной позиции	1	5	9	13
II. Улучшение конкурентной позиции	2	6	10	14
III. Ухудшение конкурентной позиции	3	7	11	15
IV. Быстрое ухудшение конкурентной позиции	4	8	12	16

ист.: Просветов Г.И. Математические методы в экономике. Учебно-методическое пособие. – М.: изд. РДЛ [4].

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

При определении границ изменения показателей (доли и темпа прироста) для каждой группы (лидер, сильная, слабая конкурентная позиция, аутсайдер), возможно использование статистических методов, а также границы можно определить экспертным путем. После построения матрицы можно ориентировочно определить возможные стратегии развития фирм. (таблица 3)

Таблица 3. Возможные стратегии развития предпринимательских структур в зависимости от степени ее доминирования на конкурентной карте рынка.

Степень доминирования фирмы на конкурентной карте рынка	Вероятные методы конкурентной борьбы
Лидер	продолжение наступления: анализируется достаточность ресурсов для продолжения инноваций и усиления давления на конкурентов стабилизация позиций: поддержание достигнутого уровня рентабельности, установление входных барьеров, улучшение сервиса и сбалансированность цен, сохранение доли рынка борьба с конкурентами: развертывание бескомпромиссных компаний давления на конкурентов, привлечение потребителей и поставщиков, дискредитация конкурентов, переманивание персонала



Сильная конкурентная позиция	поиск незанятой ниши со слабой конкуренцией приспособление к выбранному целевому рынку создание идеальной услуги имитация действий лидера поглощение мелких конкурентов создание отличительного имиджа
Слабая конкурентная позиция	удешевление услуг или дифференциация услуг сохранение существующей доли рынка и рентабельности реинвестиции на уровне достаточного минимума для получения краткосрочных прибылей: извлечение ресурсов из сворачиваемого направления бизнеса для перемещения их в перспективные сектора
Аутсайдер	радикальная реорганизация фирмы: перепозиционирование бизнеса, изыскание внутренних резервов, слияние с конкурентом, сокращение неприбыльного ассортимента повышение цен, если спрос неэластичен по цене всемерное снижение издержек распродажа активов, сокращение работающих, сокращение части услуг выход из бизнеса

Мы считаем необходимым отметить, что конкурентная карта должна строиться регулярно. Изменения в положении фирм на карте должны служить сигналом к проведению более тщательного анализа и выявлению причин такого изменения.

Список использованной литературы

1. Кузнецова Т., Рудь В. Конкуренция, инновации и стратегии развития российских предприятий (результаты эмпирических исследований) // Вопросы экономики. – 2013. – №12. – С.86–109.
2. Мирзиёев Ш. Доклад на торжественном собрании, посвященном 25-й годовщине принятия Конституции Республики Узбекистан [Elektron resurs] // Народное слово. – URL: <http://narodnoeslovo.uz/index.php/homepage/rasmij/item/11580-1>
3. Рубин Ю.Б. Теория и практика конкуренции. – М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2004.
4. Просветов Г.И. Математические методы в экономике: учебно-методическое пособие. – М.: РДЛ, 2004.
5. Audretsch D., Baumol W., Burke A. Competition policy in dynamic markets // International Journal of Industrial Organization. – 2001. – Vol. 19. – P.613–634.
6. Псыгин Ю.В. Управление производственными системами: учебно-методическое пособие. – 2023. – 156 с.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 4

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>
